电视与新媒体融合发展模式分析

摘　要：在我国，电视早已经进入千家万户，其受众非常广，新媒体也随着互联网的高速发展普及开来，影响着现代人，尤其是年轻人的生活。可见，电视媒体与新媒体各具优势，各有所长。所以，如何使得传统电视与新媒体能够实现融合发展、相互促进，成为众多学者研究的问题。本文分析了传统电视媒体在新媒体盛行时期所面临的机遇和挑战，以期使得电视媒体和新媒体获得融合发展，弥补各自的不足，实现 1+1 ＞ 2 的良好效果，推动国内媒体创新发展、可持续发展。

关键词：电视媒体；新媒体；融合创新
中图分类号：G220.7　　**文献标识码：**A
文章编号：1671–0134（2018）08–094–02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11−4653/n.2018.08.037

文 / 张君轲

以互联网宽带技术、数字制作传输技术和无线通讯技术为基础派生的新媒体对传统电视媒体的冲击是非常大的。新媒体的实时性、实效性、自主选择性更强，十分先进，能满足现代人特别是年轻一代的个性化需求，只要有网络，现代人便可从手机、平板电脑上获得最新资讯。反观传统电视媒体，其没有先进的科学技术作为支撑，实效性不佳，电视台、电视节目固定化，也不能满足观众的个性化需求。面对种种劣势，传统电视媒体亟待改革，唯一的出路就是与新媒体融合，开发新业务和新媒体产业，与新媒体进行优势互补和联动传播，才能不被新媒体时代吞噬，留有一席之地。要构建传统电视媒体与新媒体的融合发展模式，应当从建设平台型网络电视台、构建完善的网络化产业链以及推进网络化产业体制创新三方面入手，实现新旧媒体的融合，使得电视媒体焕发新生。

1. 增设平台型网络电视台

近几年来，随着 3G 网络、4G 网络时代的到来，我国越来越多的人开始用智能手机进行上网，看网络电视，登陆微信、微博等社交媒体获取最新信息，运用百度、谷歌等搜索引擎获取答案……新媒体是时下最炙手可热的媒体形态，传统媒体应该及时吸取新媒体的优势，在一些领域进行不同程度的融入。新媒体要想赢得新市场，可以借鉴央视的做法，将传统媒体与新媒体进行融合，共促发展。央视于 2009 年创办了国家网络电视台（CNTV）并正式开始运行，它首先打破了传统电视节目定时定点放送的传统，改为直播、点播形式，使得观众不用再在电视机前等候，为观众带来了方便。同时，也改变了传统电视广播过于官方化、专业化的特征，热衷于为网友答疑解惑，定期放送网友们自行创作和编辑的高质量视频，为观众带来丰富的视觉享受，有助于重获市场。平台型网络电视台应当打破传统电视媒体那种窗口式的建设模式，将特定的电视台变得更加多元化、平台化。此外，传统电视媒体存在过期不候的弊端，观众只能定时定点地守着电视才能不错过电视节目，使得观众十分被动，体验感也随之降低。因此，电视媒体与新媒体结合，吸收新媒体的先进技术，增加与观众的互动，提升观众参与度，才能获得长足发展。

2. 构建完善的网络化电视产业链

在我国，以往的电视产业链以电视台的各种节目为主体，实现定时放送。现代，电视媒体与新媒体融合后，滋生的新产业链变为以信息或数据库为主体，得以更快、更广地传播电视内容，外延大大扩展，

电视媒体的内容生产力强大，电视媒体的一些节目，例如新闻联播，官方性强，包揽了大量原创性首发新闻的来源，具有良好的口碑和品牌优势，仍是大众十分重视的。此外，传统电视媒体的影响力更深远。虽然新媒体来势凶猛，但是它受众层面窄，多为年轻人群，传统媒体的受众还包括我国的中老年人，是所有国人都了解、清楚的。电视媒体的新闻报道的内涵深远，常第一时间直播我国国家大事，有权深入、充分采访国家领导人和相关人员，解释性、专业性很强。电视媒体的新闻传播理念经过了百年的发展，其理念与运行机制十分成熟，例如我国的新闻联播、焦点访谈等栏目全国闻名，知名度很高，这些优势都应当得到恰当的运用，成为电视媒体与新媒体融合的契机。

我国电视产业链主要通过电视节目获得收视率，再

进行二次售卖获得高额广告收入为主，两者融合发展模式致力于打造更加庞大、系统的产业链，将最新的资讯、信息变成商品，直接售卖给大众人群，以此增收、创收。因此，完善的网络化电视产业链是两媒体融合的经济基础。那么，电视媒体如何实现覆盖型的网络化生产，笔者认为，电视节目的制作、储存、传输、播放等重要环节要实现全数字化；同时，电视媒体的生产主体也应实现全面网络化；最后，融合发展新模式要求电视媒体的组织结构管理实现扁平化、先进化发展，剔除不合时宜的发展模式。

3. 完善网络化电视产业体制创新

电视媒体与新媒体的融合不是单一的拼凑与对接，更不是简单的终端扩张，而是在运行模式、产业体制上实现重组与创新。因此，完善网络化电视产业体制创业也是推进两媒体实现融合的重要环节。体制的更新换代既能优化资源配置，还能消磨两媒体机械化重组的弊端，打破界限，增强内在的融合力，实现传播手段、内容、收入渠道的创新。

做好网络化电视产业体制的创新主要包括以下几个要素：

3.1 经营体制的创新

网络化和数字化媒体发展模式使得我国传统电视的产业格局发生翻天覆地的变化，使得节目制作、播出、传送、接收终端整个产业链设备获得更加广阔的、更有潜力的市场，其产业经营模式也会随着技术的升级而改变。节目不再单纯依靠广告收入获得生产，而是逐渐走向内容付费这种更加现代化的发展模式，两媒体融合模式带来盈利模式的完善化、多样化。此外，新的业务类型要求新的市场运作模式，这种新的模式必然更加深入地改变传统电视产业的市场格局，使得电视媒体与新媒体的融合发展模式取得明显成效。

3.2 技术上的创新

21 世纪，谁拥有核心技术，谁就能在同行业激烈的竞争中占据优势地位，赢得先机。电视媒体不应停滞不前，而应实现创新发展，重视多媒体技术，更新自己的发展、传播模式，打造互联网加传统媒体，获得创新发展，争取占据新市场。

3.3 营销模式上的创新

新媒体之所以受到广泛国民的追捧，主要是因其传播的信息、内容丰富多彩，形式多样有趣，传播速度快。例如微信、微博、QQ 空间、贴吧等社交网站，既能与亲戚朋友实时聊天，也能将自己的照片、视频分享给好友，这些新媒体的功能众多，服务面面俱到，被社会各界认可，逐渐呈现出主流化的趋势。在新媒体的影响下，传统媒体应当增强自己的营销优势，才不会被越来越风靡的新媒体所取代。在传统电视媒体中，“新华社电视”具有独到眼光，为其他传统媒体的改革提供了范本。新华社电视与互联网相结合，使得观众可以在互联网上与记者互动、沟通；新华社利用网络投票、留言等功能，吸引众多观众成为新华社电视的铁杆粉丝；新华社还注重对粉丝的反馈与回答，其编辑部门每期都会阅读粉丝们的留言，了解他们的真实、迫切需求，并依照粉丝的心愿对报道思路和报道方式进行改进与完善。这样就形成了一个活跃互动的交流平台，新华社也有了一批稳定、忠实的用户群。电视媒体一转老旧的发展观念，其传播力和知名度在不断提升，移动通信技术和软件平台技术也日渐精进，使得自己能够向互联网方向延伸，营销优势逐渐凸显。

结语

新媒体正潜移默化地改变我们的生活。原本在我国占有重要地位的电视媒体正面临着新媒体的有力冲击，传统电视媒体要加快转型步伐，与新媒体融合才能实现双赢。本文分析了电视与新媒体的优势与弊端，为两者实现融合提出了几点建议，以期在互联网时代推动电视媒体和新媒体的融合发展模式的创新与完善，实现双赢。媒

参考文献

[1] 易绍华 . 电视的活路——数字化背景下电视媒体的网络化生存研究 [M]. 厦门：厦门大学出版社，2010.
[2] 郭鸿飞 . 从显示屏时代进入处理器时代——以 OTT 智能电视服务模式带动新华社视听新媒体融合发展 [C]. 全国互联网与音视频广播发展研讨会，2014.

（作者单位：河南开封广播电视台）